

# Ile jest Azji w Azji (*Express*)? Analiza programu typu *reality show* zrealizowanego w Wietnamie, Laosie, Kambodży i Tajlandii

MARIA KORDALEWSKA

Uniwersytet Warszawski

## Streszczenie

Programy typu *reality show* mają przede wszystkim bawić widzów, zaś twórcom i uczestnikom zagwarantować zysk. Opisany w artykule program pt.: *Azja Express* jest wzorcowym przykładem programu rozrywkowego. Skierowany do masowego odbiorcy, oparty na prostych zasadach, zorientowany na możliwie jak najwyższą oglądalność i zysk. To, co odróżnia go od innych, to fakt, że został zrealizowany w Azji. Pokazuje kulturę, zwyczaje, krajobrazy oraz mieszkańców czterech państw. Artykuł ma na celu przeprowadzić analizę programu począwszy od formatu, przez bohaterów, po przedstawiony wizerunek obcego kontynentu. Okazuje się, że program powstały dla rozrywki, niesie za sobą dużo poważniejsze treści oraz wpływa na sposób postrzegania świata przez jego odbiorców.

Słowa-klucze: telewizja, *reality show*, celebryci, *mass media*, kultura masowa, turystyka masowa, neokolonializm, eurocentryzm, Trzeci Świat, Azja

## Abstract

***How much is Asia in Asia (Express)? An analysis of the reality show in Vietnam, Laos, Cambodia and Thailand***

The main goal of a *reality show* is to give an entertainment to spectators and bring profits to producers and participants. Program describe in the article called *Asia Express* is a perfect example of the entertainment program. Addressed to mass audience, based on simple rules, focused on ratings and gain. What makes it different is that the program is all about Asia. It shows the culture, landscapes and the people of the four countries. This article analyzes the format, people who show in the program and the image of the Asia. It turns out that the entertainment program includes important content and affects the perception of the world by its recipients.

Keywords: television, *reality show*, celebrities, *mass media*, mass culture, mass tourism, neo-colonialism, eurocentrism, third world, Asia

Przyczyną do napisania tego artykułu stała się emisja jedyne jak dotąd programu telewizyjnego w całości poświęconego Azji. Dotychczas kontynent ten był bohaterem nie więcej niż kilku odcinków serii m.in. u Martyzny Wojciechowskiej, Wojciecha Cejrowskiego czy Tony-ego Halika i Elżbiety Dzikowskiej. W końcu prywatna stacja TVN zakupiła prawa do holenderskiego formatu *Peking Express*<sup>1</sup>. Po ogromnym sukcesie programu w Europie (m.in. Holandia, Belgia, Skandynawia, Hiszpania, Francja Włochy), a także w Afryce i Ameryce Południowej, Edward Mischczak, dyrektor programowy TVN, zdecydował o powstaniu jednego z najdroższych programów w historii stacji. Tytuł programu dopasowano do miejsca realizacji tej edycji. Trasa, jaką mieli do pokonania uczestnicy, wiodła przez cztery azjatyckie państwa: Wietnam, Laos, Kambodżę oraz Tajlandię. Osiem par, mając do wydania dolara dziennie, ściagała się przez miesiąc podróżując jedynie autostopem. W co drugim odcinku odpadała jedna z nich, a w trakcie wyścigu zdobywali amulety, które zwycięzcy programu zamienili na złotówki. Na oficjalnej stronie polskiej wersji programu czytamy: „To, co pozostaje niezmiennie dla wszystkich zrealizowanych do tej pory sezonów, to element wyścigu. Pary śmiałków, które zdecydowały się wziąć udział w tej przygodzie, rzucone są na głęboką wodę. Ich zadaniem jest odnalezienie się w nowej kulturze i zmierzenie z własnymi słabościami”<sup>2</sup>. Owymi śmiałkami tej edycji byli celebryci oraz ich przyjaciele, z którymi tworzyli pary. Jako osoba interesująca się i podróżująca po Azji nie mogłam przejść obojętnie wobec programu, który cieszył się dużym zainteresowaniem w mediach i wywołał niemało kontrowersji. Poza zapewnieniem rozrywki, pokazywał także kulturę i zwyczaje panujące w Azji, jej mieszkańców oraz relacje pomiędzy nimi a uczestnikami. Polacy, choć coraz chętniej podróżują na wschód, informacje o tej części świata czerpią głównie z mediów. W przypadku *Azji Express*, przewodnikami po kontynencie byli celebryci, a więc nie były to osoby pokroju przeciętnego odbiorcy albo znawcy regionu. Ich narracja, podobnie jak montaż czy wymogi formatu, zadecydowały o ostatecznym kształcie i wymowie programu. Niniejszy artykuł ma na celu przyjrzenie się w jaki sposób gatunek telewizyjny jakim jest *reality show* pokazuje kulturę Azji, jak europejski punkt widzenia wpływa zarówno na treść jak i odbiór programu.

*Reality show* jest typem telewizyjnego programu cechującego się atrakcyjną formą i nastawieniem na sukces komercyjny. Dostarczeniem widzom rozrywki jest celem nadrzędnym i warunkującym sposób przedstawiania świata.<sup>3</sup> Znając założenia wynikające z formuły programu łatwiej jest zrozumieć określony rodzaj kreacji i podjąć próbę wyłonienia części merytorycznej, której doszukują się w programie. Charakterystyczna, dla tego rodzaju tworu telewizyjnego, jest też jego kontrowersyjność. Najważniejsze to to, aby o programie

<sup>1</sup> Wikipedia, *Peking Express*, [online:] [https://en.wikipedia.org/wiki/Peking\\_Express](https://en.wikipedia.org/wiki/Peking_Express) [dostęp: 8.12.2016].

<sup>2</sup> TVN, *Azja Express*, [online:] <http://azjaexpress.tvn.pl/o-programie,3305,n/azja-express-emocjonujace-reality-show-w-tvn,210004.html> [dostęp: 08.12.2016].

<sup>3</sup> Wikipedia, *Program telewizyjny (audycja)*, [online:] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Program\\_telewizyjny\\_\(audycja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Program_telewizyjny_(audycja)) [dostęp: 9.12.2016].

„było głośno”, aby widzowie i dziennikarze chętnie go komentowali. Popularność rodzi oglądalność, a ta generuje zysk. W sierpniu tego roku odbyła się konferencja prasowa poświęcona jesiennej ramówce TVN, podczas której zaprezentowano program *Azja Express*, nie zdradzając jeszcze kto weźmie w nim udział. Długo przez pojawieniem się programu na antenie, tj. 7 września 2016 roku, serwisy plotkarskie, korzystając z kontrolowanego przecieku informacji i doniesień prasowych, rozpisywały się na jego temat. Był to pierwszy tego rodzaju program, nie licząc *Agenty*, programu typu *reality show*, którego bohaterami były znane osoby, a akcja toczyła się w RPA. Zasady programu były jednak zupełnie inne, a sam program nie budził tylu kontrowersji. Skąd tak duże zainteresowanie mediów i internautów? Czy można mówić o sukcesie także w Polsce?

## I. KORZYŚCI FINANSOWE STACJI TELEWIZYJNEJ I UCZESTNIKÓW PROGRAMU JAKO NADRZĘDNY CEL JEGO TWÓRCÓW

Od początku sama idea bogatych celebrytów ścigających się po terenach biednych, azjatyckich państw i wykorzystujących dobroć, a czasem i naiwność ich mieszkańców budziła sprzeciw wielu osób, w tym podróżników. Fakt, że ludzie, którym na co dzień nie brakuje pieniędzy nadużywali gościnności Azjatów prosząc nie tylko o darmowy transport, ale i nocleg oraz jedzenie, niezwykle bulwersował widzów, tym bardziej, że za sam udział w programie celebryci, w zależności od popularności, otrzymali wysokie wynagrodzenie. Oficjalnie, istotą programu dla uczestników, o czym można przeczytać na stronie internetowej i usłyszeć w relacji prowadzącej Agnieszki Woźniak-Starak, było poznanie Azji, jej kultury i zwyczajów, a nade wszystko zmierzenie się z samym sobą, z własnymi słabościami. Przekaz medialny pozostaje jednak w opozycji do rzeczywistej ich motywacji. Dla uczestników była to przygoda, o czym wielokrotnie wspominają w wywiadach, ale przede wszystkim możliwość zarobku. Celebryci, czyli „osoby znane z tego, że są znane”<sup>4</sup>, zarabiają więcej biorąc udział w tego rodzaju wydarzeniach medialnych, a niżeli uprawiając wyuczony zawód. Na *Azji Express* zarobili także, a może przede wszystkim, twórcy programu. W czasie emisji, czyli w każdą środę o godzinie 21.30, przed telewizorami zasiadało ok. 1,5 miliona widzów<sup>5</sup>. Nie jest to imponujący wynik porównując z najpopularniejszym, polskim *reality show* *Rolnik szuka żony*, który cieszył się średnio 4 milionową widownią<sup>6</sup>. Jednak w czasie emisji, TVN miało przeszło 14% udział w rynku, zaś program obejrzała co piąta osoba z grupy widzów w przedziale 16 – 49 lat. Konsumenci w tym wieku są najbardziej atrakcyjni dla reklamodawców. Dodatkowym źródłem dochodu dla stacji jest platforma internetowa [www.player.pl](http://www.player.pl), która umożliwia odtwarzanie

<sup>4</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy trawelebryci w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s. 21.

<sup>5</sup> Wikipedia, *Azja Express*, [online:] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Azja\\_Express](https://pl.wikipedia.org/wiki/Azja_Express) [dostęp: 8.12.2016].

<sup>6</sup> Wikipedia, *Rolnik szuka żony*, [online:] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Rolnik\\_szuka\\_%C5%BCony](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rolnik_szuka_%C5%BCony) [dostęp: 9.12.2016].

programów online przerywanych reklamami lub odpłatnie bez reklam. *Azję express* wyświetlono na niej milion razy. Wszystko to potwierdza, że *buzz* (szum informacyjny) i zainteresowanie mediów, jakie towarzyszyło pierwszej edycji programu przyczyniło się do kolejnego sukcesu kasowego stacji TVN<sup>7</sup>.

Kontrowersje towarzyszące *show* nie były jedyną przyczyną tak dużej popularności. Wprawdzie wzbudziły zainteresowanie, jednak później to bohaterowie programu utrzymywali oglądalność na stałym poziomie. Celebryci mniejszego i większego formatu oraz zwykli ludzie, którzy na oczach widzów urastali do miana *celebrity* byli najważniejsi, zdecydowanie ważniejsi od aktorów drugiego planu, czyli mieszkańców Azji. Więcej uwagi poświęcono relacjom między uczestnikami oraz emocjom im towarzyszącym, niż kulturze i zwyczajom, które poznawali podczas swojej podróży. Wszak celebryci nas fascynują, są niejako bohaterami XX wieku, wykreowanymi przez media na miarę potrzeb współczesnej kultury i widza, aby „wypełnić nasze przesadne oczekiwania do wielkości człowieka”<sup>8</sup>. Celebryci urastają do miana osób wszechwiedzących, godnych naśladowania we wszystkim co robią, jak żyją i jak wyglądają. Obdarzone charyzmą i pewnością siebie, z łatwością przenikają do różnych sfer naszego życia, a my, społeczeństwo, dajemy im na to pełne przyzwolenie. Zgoda ta tyczy się zarówno aktywnych jak i pasywnych odbiorców<sup>9</sup>.

Jeśli zaś mowa o emocjach, to w programie obserwować mogliśmy pełną ich gamę. Począwszy od jawnej wrogości i wzajemnej niechęci, po sympatię i przyjaźń. Montażysty wykonali świetną pracę skracając materiał do kilkunastu godzin, jednocześnie zawierając w nich wątek miłosny (rzekomego romansu Marysi i Ludwika), postać czarnej owcy, czyli napiętnowanej przez wszystkich Renaty oraz przysłowiowe „krew, pot i łzy” zawarte w problemach zdrowotnych, wysiłku fizycznemu oraz licznych wzruszeniach uczestników.

Celem twórców było dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców, aby zapewnić możliwie dużą oglądalność. Treści zawarte w programie musiały zostać uśrednione, aby były zrozumiałe przez przeciętnie wykształconego, posiadającego ogólną wiedzę o świecie widza. Przyświecały temu trzy hasła: powtarzalność, standaryzacja oraz prostota. Oglądając kolejne odcinki programu, można odnieść wrażenie, że szczególnie istotne było zastosowanie tychże zasad wobec części merytorycznej, a więc kultury i zwyczajów prezentowanych państw, aby część poznawcza nie była nazbyt skomplikowana i aby nie zdominowała najważniejszego aspektu rozrywkowego. Posłużono się zatem wieloma uproszczeniami, skrótami, a nawet stereotypami. Powszechnie znane opinie dotyczące wspomnianych nacji czy zdjęcia tylko popularnych miejsc, tzw. *must have*, które obowiązkowo turysta odwiedzający dany kraj lub miasto musi zobaczyć, zbudowały

---

<sup>7</sup> P. Pallus, Show „Azja Express” w ogniu krytyki. Ale zdobył grono widzów, „Business Insider Polska” 2016, [online:] <http://businessinsider.com.pl/media/azja-express-ogladalnosc-programu/f0zzy14> [dostęp: 9.12.2016].

<sup>8</sup> W. Godzic, Znani z tego, że są znani, Celebryci w kulturze tabloidów, Warszawa 2007, s. 47.

<sup>9</sup> Tamże, s.384.

kontekst podróźniczy programu. Dwa wiodące wątki: podróźniczo-poznawczy oraz rozrywkowy doskonale się ze sobą komponowały, bowiem turystyka masowa, tak jak i programy *reality show*, wpisują się w szablon kultury masowej, obecnie częściej nazywanej popularną z uwagi na negatywne konotacje słowa „masowy”. Początki jej sięgają lat 20. i 30. XX wieku zdominowanych przez dwa procesy: urbanizację oraz industrializację. W owym czasie, dzięki nowym możliwościom technicznym oraz potrzebom społecznym, upowszechniła się telewizja będąca odtąd najpopularniejszą formą codziennej rozrywki<sup>10</sup>. Jednak ludzie zmęczeni ciężką i monotonną pracą w fabrykach, zakładach pracy i firmach pragnęli, poza zabawą, także odpoczynku. W odpowiedzi na potrzeby ludu, Thomas Cook otworzył w Londynie pierwsze na świecie biuro podróży, a niedługo potem, zaplanował również pierwszą, zorganizowaną wycieczkę dla kilkuset osób. I tak oto narodziła się turystyka jaką znamy i uprawiamy do dziś<sup>11</sup>. Gawrycki w swej książce *Podglądając Innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej* pisze o zjawisku, które ma miejsce od czasu umasowienia się turystyki, o „pseudowydarzeniach”<sup>12</sup>. Są to momenty wpisane w scenariusz wyjazdu na długo przed jego rozpoczęciem. Turysta otrzymuje gotowy program, a w nim atrakcje, które oferuje się wszystkim innym. Prowadzony z punktu A (standardowa atrakcja turystyczna) do punktu B (inna, standardowa atrakcja turystyczna) przez przewodnika, słucha historii, które słyszą wszyscy. To co widzi, to sztucznie wykreowany obraz, nieprawdziwy świat. Możliwie najatrakcyjniejszy, ale i najwygodniejszy. Turysta bierze więc udział w „pseudowydarzeniach” nie zaś, jak podróźnik, eksploruje nowe miejsce odkrywając jego mieszkańców i kulturę. Pozbawia się możliwości poznania, w zamian płacąc za udział fikcji. Dokładnie tak samo jest w przypadku wirtualnej podróży po Azji z programem *Azja Express*. Podróż z punktu widzenia turystyki masowej jest produktem konsumpcyjnym. Takim samym produktem jest ów program będący częścią wielkiego przemysłu rozrywkowego. Można więc rzec, że program złączył dwie potęgi, co podwoiło jego szanse na komercyjny sukces. Ile zarobił TVN oraz występujący w programie celebryci pozostaje tajemnicą. Możemy się jedynie domyślać, że inwestycja zwróciła się z nawiązką.

## II. PRZEŻYĆ DZIEŃ ZA JEDNEGO DOLARA. WYBÓR A KONIECZNOŚĆ

Każdy odcinek programu opatrzony jest czołówką, w której padają słowa „przez cały czas trwania wyścigu będą zdani tylko na siebie i na obcych ludzi. Muszą prosić o nocleg i transport, a na jedzenie mają tylko dolara dziennie”. Te słowa określają pozycję zawodników na czas trwania programu. Z celebrytów, żyjących na średnim lub dużo wyższym od przeciętnego poziomu zamożności Polaków, na miesiąc przeobrazić się mieli w żebraków, proszących o podstawowe dobra zapewniające przetrwanie. Wielokrotnie w programie, z

---

<sup>10</sup> Wikipedia, *Kultura popularna, Kultura popularna a kultura masowa*, [online:] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Kultura\\_popularna](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kultura_popularna) [dostęp: 12.12.2016].

<sup>11</sup> J. Pałkiewicz, *Sztuka podróźowania*, Poznań 2008, s. 24-28.

<sup>12</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s. 25.

ust uczestników, padały słowa „nie sądziłam że będę prosić o jedzenie w Wietnamie” – Małgorzata Rozenek (Odcinek 1); „Ostatni raz o jedzenie prosiłem w podstawówce” – Leszek Stanek (Odcinek 1); „Nigdy w życiu nie prosiłam o jedzenie, jestem samowystarczalna” – Hanna Lis (Odcinek 1). Niewątpliwie było to dla uczestników wręcz upokarzające, dlatego nierzadko proponowali kierowcom i gospodarzom prezenty w zamian za transport i nocleg. Oddawali zegarki, bransoletki, czapki, koszulki, alkohole i inne, wartościowe przedmioty. Kapitalistyczna szkoła głosząca, że „nic w życiu nie ma na za darmo” nauczyła ich podstawowej zasady wymiany rynkowej: coś za coś i może dlatego tak trudno było im przyjąć darmową pomoc. Niekiedy jednak zachowanie uczestników było zgoła odwrotne. W chwili, gdy liczył się dla nich tylko wyścig, a więc motywowani upływającym czasem i pośpiechem, uczestnicy celowo nie wspominali na początku rozmowy z kierowcą o tym, że mu nie zapłacą. Wykorzystywali uprzejmość ludzi tylko i wyłącznie dla zwycięstwa, które nagrodzone zostało kwotą 90 000 złotych. Tyle wygrała zwycięska para w składzie Michał Żurawski i Ludwik Borkowski. I tak począwszy od czołówki, przez wszystkie trzynaście odcinków, nieustannie mowa była o pieniądzu. Stale powtarzał się motyw jednego dolara, którego wymiar był o wiele szerszy niżli symboliczna kwota mająca wspomóc podróżującą przez Azję parę.

Jeden dolar (dolary są walutą powszechną w całej Azji) to dla uczestników kwota ledwie zauważalna, za którą nie są w stanie przeżyć dnia w Azji. Należy wyjaśnić, że akcja programu rozgrywała się w krajach rozwijających się, tzw. Trzeciego Świata lub, korzystając z nowego nazewnictwa, w krajach Globalnego Południa. Obecnie granica ubóstwa wynosi, wg ONZ, 1,25 USD. Szacuje się, że co piąta osoba w krajach rozwijających się żyje poniżej tej granicy<sup>13</sup>. Oznacza to, że ten sam dolar dla mieszkańca Wietnamu, Laosu, Kambodży czy Tajlandii to niekiedy wszystkie pieniądze, jakie ma na przeżycie jednego dnia. Obecnie sytuacja w tych czterech krajach jest nieco lepsza niż jeszcze kilka lat temu. Laos, republika demokratyczno-ludowa, po odrzuceniu gospodarki centralnie sterowanej, znajduje się w procesie transformacji gospodarczej odnotowując wzrost na poziomie 6% rocznie. Jeszcze w roku 1995 PKB *per capita* wynosiło jedyne 200 USD, obecnie jest na poziomie 1920 USD<sup>14</sup>. W rankingu UNDP (United Nation Development Programme) zajmuje dopiero 144. miejsce na 180 krajów co czyni go państwem średnio rozwiniętym, zaś wskaźnik rozwoju społecznego HDI (Human Development Indicator) mierzący poziom dobrobytu poprzez poziom zamożności, długość życia oraz poziom wykształcenia wynosi 0,575<sup>15</sup>. Dla porównania Stany Zjednoczone są na 8 miejscu (0,915), Australia na 2 (0,935), pierwsze

---

<sup>13</sup> ONZ, *Cele zrównoważonego rozwoju*, [online:] <http://www.un.org.pl/cel1> [dostęp:14.12.2016].

<sup>14</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych, *Informator gospodarczy*, [online:] <http://www.informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/laos/?printMode=true> [dostęp: 14.12.2016].

<sup>15</sup> United Nation Development Programme, *Human Development Reports*, [online:] <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/LAO> [dostęp: 14.12.2016].

miejsce zajmuje Norwegia (0,944), a Polska 36 (0,843)<sup>16</sup>. Królestwo Kambodży, po utworzeniu gospodarki wolnorynkowej, od 1997 do 2012 roku potrojiło PKB na osobę, które obecnie wynosi 1016 USD. Jednakże nadal zajmuje dość niską, 144 pozycję w rankingu UNDP z indeksem wynoszącym 0,555. Dużo lepszą sytuację gospodarczą ma Wietnam. Pomimo nadzoru partii komunistycznej, od lat 80., stale odnotowuje wzrost gospodarczy, co daje mu drugą pozycję na kontynencie po Chinach. Stopa ubóstwa w Wietnamie spadła z ok. 75% w 1990 r. do ok. 8% w 2016 r.<sup>17</sup> W rankingu UNDP zajmuje 116 miejsce (0,666). Najlepszą pozycję, bo 93, zajmuje Tajlandia. Również wysoki jest indeks HDI 0,726<sup>18</sup>. Tak, jak pozostała trójka, znajduje się nadal w grupie państw średnio rozwiniętych. Produkt Krajowy Brutto na osobę w roku 2013 wynosił 5674 USD<sup>19</sup>. Wszystkie wyżej opisane kraje, które odwiedzili uczestnicy *Azja Express*, w ostatnich latach znacznie poprawiły swoją sytuację za sprawą przemian gospodarczych i reform, rozwinięciu głównie eksportu oraz turystyki. Nie zmienia to jednak faktu, że ich część mieszkańców nadal żyje w ubóstwie, a statystyki ONZ jasno wskazują na gorszą sytuację ekonomiczną w porównaniu z Polską.

Główne zarzuty wobec programu dotyczyły wyzysku biednych mieszkańców krajów Trzeciego Świata przez dużo lepiej sytuowanych polskich celebrytów. To, że przybysze proszący o nocleg, jedzenie i transport nie są realnie osobami potrzebującymi, widzieli doskonale gospodarze, do których domów pukali uczestnicy. Dlaczego więc godzili się przyjąć ich pod swój dach? Zadziałała magia telewizji? Obecność kamer niewątpliwie miała decydujący wpływ na losy bohaterów *Azji Express*. Program nie przyniósł jednak występującym w nim Azjatom ani możliwości zobaczenia siebie na ekranie (nie przypuszczam, aby któryś z nich miał w pakiecie telewizyjnym stację TVN, a platforma player.pl nie działa poza granicami Polski) ani też nie otrzymali oni wynagrodzenia za swój udział. Słusznymi refleksjami dzielą się z czytelnikami twórcy bloga post-turysta.pl promującego i kształcącego w kierunku zrównoważonej oraz odpowiedzialnej turystyki<sup>20</sup>, recenzując na portalu społecznościowym Facebook, pięć pierwszych odcinków. Zwracają uwagę na nieetyczną pułapkę, jaką zastawili realizatorzy na mieszkańców odwiedzanych krajów. Przypadkowe osoby, które akurat stały się częścią planu zdjęciowego i pełniły przez

---

<sup>16</sup> United Nation Development Programme, *Human Development Reports*, [online:] <http://hdr.undp.org/en/countries> [dostęp:14.12.2016].

<sup>17</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych, *Informator gospodarczy*, [online:] <http://www.informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/wietnam/wietnam;jsessionid=8DCA954190297C327ADD3F539A10AB4D.cmsap6p> [dostęp: 14.12.2016].

<sup>18</sup> United Nation Development Programme, *Human Development Reports*, [online:] <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/THA> [dostęp: 14.12.2016].

<sup>19</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych, *Informator gospodarczy*, [online:] <http://www.informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/tajlandia/tajlandia;jsessionid=475A6510259D46A06223B595612B4E10.cmsap5p> [dostęp: 14.12.2016]

<sup>20</sup> Post-turysta, *Idea*, [online:] <http://www.post-turysta.pl/Idea> [dostęp:14.12.2006].

chwile rolę statysty, nie mogły odmówić pomocy z obawy o to, że zostaną uznani za niegrzecznych i niegościnnych. To zachowanie mogłoby wpłynąć nie tyle na ich osobisty wizerunek, co ogólny odbiór ich kraju, który w oczach milionów oglądających mógł przez to stracić. Należy jednak dodać, że w kolejnych odcinkach, których twórcy post-turysty nie zrecenzowali, pojawiły się osoby, które odmówiły udzielenia noclegu z powodu np. nieznamości języka angielskiego lub restrykcji kulturowych zabraniających przyjmowania pod swój dach par mieszanych, jeśli nie jest to małżeństwo. Odmowa zawsze spotykała się z nieprzyjemnymi komentarzami uczestników, podobnie jak zbyt skromne jak dla nich warunki noclegowe. Dużo rzadziej padały słowa o serdeczności i otwartości gospodarzy. W jednym z odcinków pokazano scenę kolacji w domu bardzo biednej i religijnej rodziny, w której Leszek Stanek mocno poruszony mówi: „Oni dają nam wszystko co mają, i jeszcze przepraszają, że tak mało”. Z pewnością chodziło o łyzy i emocje, których nie brakowało w tej scenie oraz o stworzenia pewnej opozycji dla tendencyjnych wręcz ujęć, gdy celebryci tylko proszą, a zaraz potem narzekają. Warto zacytować monolog Stanka, który bynajmniej w chwili, gdy wypowiadał te słowa zdawał się rozumieć niestosowność ich zachowania, a nawet zasad programu: „Ja nie jestem taki, przynajmniej jeszcze, żeby przychodzić do ludzi i po prostu im mówić, że sorry, macie dziesiątkę dzieci, i teraz ja, jestem fajny, biały, i w ogóle mam super fajne ciuchy, i jest taki program, nie mam dla was pieniędzy, ale zjem wasz ryż. (...) Będziemy trafiali pod opiekę cudownych ludzi, którzy będą się z nami dzielić ostatnim liściem, a my później wygramy gruby hajs? I nigdy w życiu ich nie odnajdziemy, żeby im podziękować? Tak mnie matka wychowała, żeby w życiu dawać, a nie brać. Tutaj przez cały czas muszę brać, i to jeszcze od ludzi, którzy są w gorszej sytuacji niż ja... (21:21)”<sup>21</sup>.

Rolę Azjatów w programie doskonale podsumowują słowa autorów post-turysty: „W efekcie dokładają się oni z własnej, często skromnej kieszeni, do najdroższego w dziejach stacji czysto komercyjnego programu, do niewyobrażalnej z ich punktu widzenia gaży swoich gości, oraz na końcu, do naszej dobrej zabawy przed telewizorem”<sup>22</sup>.

### III. INNY CZY OBCY? SPOTKANIE DWÓCH KULTUR

W cytowanych artykułach i książkach wielokrotnie przewija się określenie „Inny”, nie zaś „Obcy”. Kategorie te nie są synonimiczne. Inność może przerodzić się w obcość, a obcość w inność. „Obcy” to ktoś daleki społecznie, choć bliski przestrzennie. „Inny” to ktoś odmienny od nas. Zarówno obcość jak i inność przyciąga naszą uwagę, jest pewną egzotyką. Ponadto, nasze wyobrażenia o jednych i drugich budują stereotypy, a dodatkowa gloryfikacji własnej grupy tworzy negatywną percepcję. Słowo „Obcy” posiada ujemny

<sup>21</sup> *Azja Express*, Odcinki, [online:] <http://player.pl/programy-online/azja-express-odcinki,4714/> [dostęp: 12.12.2016].

<sup>22</sup> Facebook, *Post-turysta*, [online:] <https://www.facebook.com/post.turysta/> [dostęp: 15.12.2016].



aspekt emocjonalny, podczas gdy „Inny” pozostaje neutralny<sup>23</sup>. Zawsze jednak chodzi o rozgraniczenie na „my” i „oni”<sup>24</sup>. Założeniem twórców było, aby uczestnicy poznali siebie, ale i Innych<sup>25</sup>. Dodać należy, że nie tylko oni, bo za ich pośrednictwem kulturę Wietnamu, Laosu, Kambodży i Tajlandii „poznały” miliony widzów śledzących podróz celebrytów. Materiał zarejestrowany przez towarzyszące im kamery, selektywny montaż, a w nich zdjęcia i dialogi tworzące przekaz jednostronny, subiektywny, sztuczny, a więc nieprawdziwy. Niestety ludzie, którzy nigdy nie byli w żadnym z czterech krajów, nie mają wiedzy na ich temat i dla porównania choćby nie oglądali innych programów poświęconych tej części Azji ufają, że to co pokazuje im telewizja jest prawdą. Występuje tu zjawisko konformizmu informacyjnego, kiedy to przy braku odpowiedniej ilości obiektywnej wiedzy, człowiek obserwuje, a następnie naśladuje zachowania innych ludzi<sup>26</sup>. Dlatego mówić można o odpowiedzialności jaką ponoszą zarówno uczestnicy jak i twórcy programu i na tej podstawie medioznawcy, etnografowie, podróżnicy i inni mogą, a nawet powinni rozliczyć ich z tego, co stworzyli.

Warto też wskazać na postawę jaką przyjęli bohaterowie programu, taką, jaką najczęściej mają twórcy filmów podróżniczych, w szczególności *travelebryci*<sup>27</sup>, ale też zwykli turyści. Mam na myśli postawę neokolonialną. Oznacza to, że polscy celebryci czuli się lepsi od mieszkańców odwiedzanych krajów, czuli, że mają władzę w postaci pieniędzy (choć nie dosłownie w tym momencie), pochodzą z kraju lepiej rozwiniętego, a więc są lepsi i godni naśladowania. Pojęcie krajów Trzeciego Świata pojawiło się w okresie trwania Zimnej Wojny. Wówczas obejmowało ono 130 państw Azji, Afryki i Ameryki Południowej. Z czasem, mianem tym zaczęto obejmować kraje ubogie, niezdolne do osiągnięcia poziomu równego zachodniemu, o postkolonialnym charakterze<sup>28</sup>. Dokonano tym samym podziału świata na lepszą i gorszą strefę. Obecnie częściej używa się pojęcia Globalna Północ (bogata, północna część globu) oraz Globalne Południe (biedna, południowa część). Paradoks relacji między nimi polega na tym, że przy ograniczonych zasobach naszej planety i stale rosnącej populacji, nie po równo dzieli się wszelkie dobra naturalne i w ten sposób jedni bogacą się kosztem drugich odbierając im ich przydział. ONZ postawiło sobie za cel doprowadzić do pewnej równowagi, jednak dawno wytyczona linia dzieląca Ziemię na pół staje się bardziej

---

<sup>23</sup> A. Grzymała-Kozłowska, *Konstruowanie Innego. Wizerunki imigrantów w Polsce*, Warszawa 2007, s. 11-15.

<sup>24</sup> H. Witek, *Wizerunek Obcego. Kultury Afrykańskie w relacjach Henryka Sienkiewicza, Mariana Brandysa i Marcina Kydryńskiego*, Warszawa 2009, s.11-13.

<sup>25</sup> TVN, *Azja Express*, [online:] <http://azjaexpress.tvn.pl/o-programie,3305,n/azja-express-emocjonujace-reality-show-w-tvn,210004.html> [dostęp: 15.12.2016].

<sup>26</sup> Wikipedia, *Konformizm informacyjny*, [online:]

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Konformizm\\_informacyjny](https://pl.wikipedia.org/wiki/Konformizm_informacyjny) [dostęp: 15.12.2016].

<sup>27</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy travelebryci w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s.26.

<sup>28</sup> Wikipedia, *Trzeci Świat*, [online:] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Trzeci\\_%C5%9Awiat](https://pl.wikipedia.org/wiki/Trzeci_%C5%9Awiat), [dostęp:15.12.2016].

wyraźna z uwagi na paternalizm Zachodu oraz proces westernizacji. Jedna strona narzuca swoje wzorce uznając je za jedynie słuszne, druga zaś zaślepiona ich sukcesem chętnie je przyjmuje. Bezkrytyczne obieranie tego samego dyskursu, jak popularna teoria modernizacji Rostowa, jest błędem, gdyż każdy kraj wymaga innych metod dopasowanych do lokalnych warunków. Podobnie pomoc humanitarna traktowana jest jako nośnik imperializmu kulturowego<sup>29</sup>. Aleksandra Grzymała-Kozłowska w swojej książce pt.: *Konstruowanie Innego. Wizerunki imigrantów w Polsce* w jednym z podrozdziałów dotyczącego toposu humanitaryzmu i zobowiązań wynikających z supremacji cywilizacyjnej Zachodu przytacza fragment artykułu z *Rzeczpospolitej* z roku 1997, w którym autor pisze, że „Prymat cywilizacyjny Europy nie wynika tylko z jego bogactwa materialnego, zaawansowania procesów modernizacyjnych czy rozwoju technologicznego, ale przede wszystkim z podstawowych dla cywilizacji europejskiej wartości kulturowych, takich jak: prawa człowieka, swobody obywatelskie, demokracja (...) i liberalizm gospodarczy. Zgodnie z tym systemem przekonań nową misją Europy stać się powinna nie ekspansja terytorialna czy polityczna, nie rozpowszechnianie religii czy zdobyczy techniki, ale pokazywanie światu modelu pokojowego współżycia różnych ludzi i współpracy międzynarodowej”<sup>30</sup>. Zgodnie z tą teorią, pomoc humanitarna, misje pokojowe i inne stanowią przedłużenie kolonialnej działalności Zachodu i towarzyszącemu temu poczuciu wyższości. Uczestnicy *Azja Express* również mają misję. Ich zadaniem jest przybliżenie licznemu gronu odbiorców czterech państw. Ich kultury, mentalności, warunków w jakich żyją, zwyczajów jakie tam panują. Pełnią rolę przewodników i to w dużej mierze od nich zależy, w jaki sposób Polacy postrzegać będą tych ludzi i ich ojczyzny. To od nich zależy, jak zareagują, gdy na ulicy spotkają Wietnamczyka albo czy na wakacje wybiorą się do Tajlandii czy nie. Postawa neokolonialna dostrzegalna jest w każdym odcinku, gdy uczestnicy komentują sposób prowadzenia auta, ruch uliczny, brak zrozumienia ze strony Azjatów spowodowanego najczęściej nieznaną języka angielskiego, skromne warunki w jakich są goszczeni, jedzenie jakie serwują im gospodarze. Najczęściej padały słowa pogardy, obraźliwe określenia. Uczestnicy wyśmiewali się z napotkanych ludzi, często wprost, ale po polsku, rzucając im niewybredne komentarze prosto w twarz. Naśmiewali się także z tradycji, m.in. z tamtejszych przysmaków nazywając je „gównem” albo porównując do „psa zmielonego z budą” oraz z ich zwyczajów i rytuałów. W jednym z odcinków posłużono się kulturą buddyjską, oczywiście dla uatrakcyjnienia programu. Uczestnicy „zabawili się” buddyzmem laotańskim na początku odprawiając modlitwę, a następnie ucząc się na pamięć jednej z mantr, które znaczenia nie rozumieli, a co było ich kolejnym zadaniem. Doszło do uprzedmiotowienia, a wręcz profanacji innej religii. Uczestnicy nie próbowali zrozumieć tych ludzi, dostrzec, że bieda jest pojęciem relatywnym, że może ludzie, którzy mają mniej nie są przez to mniej szczęśliwi, że może ich zasady i prawa sprawdzają się doskonale, a oni żyją w harmonii i pełnym zrozumieniu. Oceniali ich uważając, że świat, z którego pochodzą

<sup>29</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s.130-139.

<sup>30</sup> A. Grzymała-Kozłowska, *Konstruowanie Innego. Wizerunki imigrantów w Polsce*, Warszawa 2007, s 86.

jest lepszy, a ich wartości jedynie słuszne. Rzeczywistość, w której się znaleźli była dla nich odległa, nazwać by ją można *world out there* (ang. świat zewnętrzny). Nie wyszli ze swojej strefy pojęciowej, nie próbując zrozumieć ludzi, powielając stereotypy. Byli jak gdyby zamknięci w klatce ze swą etnocentryczną postawą. Etnocentryzm, a w tym wypadku europocentryzm, był ich podstawą tworzenia wyobrażenia od świecie. Gawrycki przywołuje słowa Buchowskiego, który trafnie stwierdza, że „Etnocentryzm oznacza nie tylko uznawanie własnego światopoglądu, a przez to i własnej osoby za lepsze od innych, lecz także pozbawia obce kultury ich własnego współczynnika humanistycznego, osobliwych intencji, przez imputowanie im własnych wyobrażeń kulturowych – norm, wartości, kompetencji i doświadczenia. Jednocześnie własny światopogląd uznaje się jako obiektywny i zdolny do adekwatnego odzwierciedlenia świata”<sup>31</sup>.

Wątek ten kontynuowany jest także na blogu post-turysta, na którym autorzy przywołują pojęcie egzotyzyacji występujące w wielokrotnie cytowanej przez mnie książce Gawryckiego *Podglądając Innego (...)* oraz wspomnianej na blogu *W Pogoni na marzeniach* tego samego autora. „Egzotyzyacja podkreśla kontrast między nami a Innymi, czyniąc z różnicy pomiędzy »ja« a »Inny« jedyne kryterium porównania”. W programie wszystko jest inne, odmienne od tego co znamy. Co za tym idzie ciekawsze, ale i odleglejsze. To, co znamy jest normalne i jedyne słuszne. Takie przekonania zdaniem recenzentów z post-turysty utwierdza w widzach program<sup>32</sup>.

Przy całym tym zainteresowaniu programem, wdzięczności, że rzecz dzieje się w Azji ostateczna ocena *reality show* jest negatywna. Program powielił istniejące już stereotypy, spłaszczył kontekst kulturowo-religijny, przedstawił napotkanych ludzi w złym świetle. Pokazał także Polakom, jak podróżować, gdy nie ma się pieniędzy. Zwolennicy mądrej turystyki również i ten aspekt ostro potępili, bo przecież nie ma czegoś takiego jak darmowa podróż. To, że my nie płacimy za nocleg i jedzenie, nie znaczy, że ktoś innym nie ponosi tych kosztów. O ile podróżowanie autostopem w większości krajów jest akceptowalne i zależy od woli kierowców, dla których koszt transportu jest stały, o tyle prośenie o gościnę jest przekraczaniem strefy prywatności. I tę prywatność program naruszał wielokrotnie, każdego dnia korzystając z gościnności Azjatów, w obecności kamer. Nie wszyscy celebryci zyskali sympatię widzów, a więc zyskali wizerunkowo, natomiast osiągnęli cel nadrzędny w postaci zwiększonej rozpoznawalności co przyniosło i nadal przynosić będzie zwiększone profity. Bez względu na to, czy program został wyreżyserowany, a więc czy sytuacje przedstawione były im narzucone czy też spontaniczne, całość miała wydźwięk nieetyczny, pogardliwy i ostatecznie nie pokazano prawdziwej Azji. Życzyłabym, aby widzowie kiedykolwiek doświadczyli spotkania z tym kontynentem i mogli skonfrontować program z rzeczywistością. Na koniec pragnę zacytować klasyka polskiego reportażu, Ryszarda Kapuścińskiego. Fragment ten pojawia się w książce Gawryckiego: „Przeciętny obywatel jest skazany na taką wiedzę o otaczającej go

<sup>31</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s.16.

<sup>32</sup> Facebook, *Post-turysta*, [online:] <https://www.facebook.com/post.turysta/> [dostęp: 15.12.2016].

rzeczywistości, jaką daje mu telewizja. Na to wszystko nakłada się centralizacja mediów. Kiedyś działał wydział propagandy Komitetu Centralnego, który decydował co zostanie wyemitowane w telewizji. Teraz z wolna tworzy się Światowy Komitet Centralny z globalnym wydziałem kultury, który będzie ustalał co ma świat oglądać, co świat ma wiedzieć o świecie. Okazało się, że informacja to wielki biznes – towar, który się świetnie sprzedaje. Media coraz częściej nie pokazują rzeczywistości, ale ją tworzą (...). To właśnie media kreują rzeczywistość, w której żyjemy<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> M. Gawrycki, *Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011, s.23.

### Literatura

1. Gawrycki M., *Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
2. Godzic W., *Znani z tego, że są znani, Celebrycy w kulturze tabloidów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
3. Grzymała-Kozłowska A., *Konstruowanie Innego. Wizerunki imigrantów w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
4. Pałkiewicz J., *Sztuka podróżowania*, Wydawnictwo ZYSK i S-KA, Poznań 2008.
5. Pallus P., *Show „Azja Express” w ogniu krytyki. Ale zdobył grono widzów*, „Business Insider Polska” 2016, [online :] <http://businessinsider.com.pl/media/azja-express-ogladalnosc-programu/f0zyy14> [dostęp: 9.12.2016].
6. Witek H., *Wizerunek Obcego. Kultury Afrykańskie w relacjach Henryka Sienkiewicza, Mariana Brandysa i Marcina Kydryńskiego*, Wydawnictwo TRIO, Warszawa 2009.
7. *Azja Express*, Odcinki, [online :] <http://player.pl/programy-online/azja-express-odcinki,4714/> [dostęp: 12.12.2016].
8. Facebook, *Post-turysta*, [online :] <https://www.facebook.com/post.turysta/> [dostęp: 15.12.2016].
9. Ministerstwo Spraw Zagranicznych, *Informator gospodarczy*, [online :] <http://www.informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/wietnam/wietnam;jsessionid=8DCA954190297C327ADD3F539A10AB4D.cmsap6p> [dostęp: 14.12.2016].
10. Ministerstwo Spraw Zagranicznych, *Informator gospodarczy*, [online :] <http://www.informatorekonomiczny.msz.gov.pl/pl/azja/tajlandia/tajlandia;jsessionid=475A6510259D46A06223B595612B4E10.cmsap5p> [dostęp: 14.12.2016].
11. *Post-turysta, Idea*, [online :] <http://www.post-turysta.pl/Idea> [dostęp: 14.12.2016].
12. TVN, *Azja Express*, <http://azjaexpress.tvn.pl/o-programie,3305,n/azja-express-emocjonujace-reality-show-w-tvn,210004.html> [dostęp: 8.12.2016].
13. United Nation Development Programme, *Human Development Reports*, <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/THA>, [dostęp: 14.12.2016].
14. Wikipedia, *Azja Express*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Azja\\_Express](https://pl.wikipedia.org/wiki/Azja_Express) [dostęp: 8.12.2016].
15. Wikipedia, *Kultura popularna*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Kultura\\_popularna](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kultura_popularna) [dostęp: 12.12.2016].
16. Wikipedia, *Peking Express*, [online :] [https://en.wikipedia.org/wiki/Peking\\_Express](https://en.wikipedia.org/wiki/Peking_Express) [dostęp: 8.12.2016].
17. Wikipedia, *Program telewizyjny (audycja)*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Program\\_telewizyjny\\_\(audycja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Program_telewizyjny_(audycja)) [dostęp: 9.12.2016].
18. Wikipedia, *Rolnik szuka żony*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Rolnik\\_szuka\\_%C5%BCony](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rolnik_szuka_%C5%BCony) [dostęp: 9.12.2016].

19. Wikipedia, *Konformizm informacyjny*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Konformizm\\_informacyjny](https://pl.wikipedia.org/wiki/Konformizm_informacyjny) [dostęp: 15.12.2016].
20. Wikipedia, *Trzeci Świat*, [online :] [https://pl.wikipedia.org/wiki/Trzeci\\_%C5%9Awiat](https://pl.wikipedia.org/wiki/Trzeci_%C5%9Awiat) [dostęp:15.12.2016].